

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS
TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET*
(Survei pada Pengguna *Mobile Wallet* DANA di Kota Bandung)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bisnis**



Oleh
Deska Friliyantie
1700649

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2021**

Deska Friliyantie, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET*
(SURVEI PADA PENGGUNA *MOBILE WALLET* DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS
TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET*
(Survei pada Pengguna *Mobile Wallet* DANA di Kota Bandung)**

Oleh

Deska Friliyantie

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Deska Friliyantie

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lain tanpa izin dari penulis.

Deska Friliyantie, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET*
(SURVEI PADA PENGGUNA *MOBILE WALLET* DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu


LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS
TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET***

(Survei pada Pengguna *Mobile Wallet* DANA di Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.
NIP. 19680225 199301 2 001

Pembimbing II



Yusuf Murtadlo Hidayat, S.Si., M.Stat.
NIP. 19761011 200501 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis



Deska Friliyantje
NIM. 1700649

Deska Friliyantje, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT *MOBILE WALLET***

(SURVEI PADA PENGGUNA *MOBILE WALLET* DANA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Sosial dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut Mobile Wallet (Survei pada Pengguna Mobile Wallet DANA di Kota Bandung)” ini beserta seluruh isi di dalamnya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan pengutipan ataupun penjiplakan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan ilmiah yang berlaku dalam masyarakat. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi yang telah saya buat ini.

Bandung, Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Deska Friliyantie

Deska Friliyantie, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET
(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

Deska Friliyantie (1700649), “**Analisis Pengaruh Sosial dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut *Mobile Wallet* (Survei pada Pengguna *Mobile Wallet* DANA di Kota Bandung)**”. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P dan Yusuf Murtadlo Hidayat, S.Si., M.Stat.

Pesatnya pertumbuhan teknologi saat ini memberikan peluang terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor keuangan. Terhitung sejak 14 Agustus 2014 Bank Indonesia (BI) melalui program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), telah mengubah sebagian besar mekanisme sistem pembayaran menjadi digital. Sejalan dengan program yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tersebut, perbankan di ikuti oleh perusahaan *fintech* di Indonesia berlomba mengeluarkan produk layanan terbaik untuk bertransaksi secara non-tunai. Perbankan dan perusahaan *fintech* perlu memperhatikan minat untuk menggunakan lebih lanjut (*continuance intention*) dalam menghadapi persaingan sebagai upaya memberikan dukungan terhadap berjalannya sektor perekonomian Negara. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh 1) gambaran pengaruh sosial, gambaran motivasi hedonis, dan gambaran minat untuk menggunakan lebih lanjut, 2) pengaruh sosial terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut, dan 3) pengaruh motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan ukuran sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat bantu program Microsoft Excel 2013, SPSS 23.0 dan AMOS 23.0 *for windows*. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran pengaruh sosial, motivasi hedonis dan minat untuk menggunakan lebih lanjut berada pada kategori cukup baik. Pengaruh sosial dan motivasi hedonis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut (*continuance intention*).

Kata Kunci: Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis, Minat Menggunakan Lebih Lanjut

ABSTRACT

Deska Friliyantie (1700649), “*Analysis of Social Influence and Hedonic Motivation on Interest in Further Using Mobile Wallet (Survey on DANA Mobile Wallet Users in Bandung City)*”. Under the guidance of Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P and Yusuf Murtadlo Hidayat, S.Si., M.Stat.

The rapid growth of technology today provides opportunities for various sectors of life, including the financial sector. As of August 14, 2014 Bank Indonesia (BI) through the National Non-Cash Movement (GNNT) program, has changed most of the payment system mechanisms to digital. In line with the program issued by Bank Indonesia, banks are followed by fintech companies in Indonesia competing to issue the best service products for non-cash transactions. Banking and fintech companies need to pay attention to the interest in using it further (continuance intention) in facing competition as an effort to provide support for the running of the country's economic sector. This study aims to obtain 1) description of social influence, description of hedonic motivation, and description of interest in using further, 2) social influence on interest in further use, and 3) influence of hedonic motivation on interest in further use. The type of research used is descriptive and verification. The method used is an explanatory survey with a sample size of 200 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Model (SEM) with Microsoft Excel 2013 program tools, SPSS 23.0 and AMOS 23.0 for windows. The findings of this study indicate that the description of social influence, hedonic motivation and interest in further use is in the fairly good category. Social influence and hedonic motivation have a positive and significant influence on the interest to use further (continuance intention).

Keywords: *Social Influence, Hedonic Motivation, Continuance Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Sosial dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut *Mobile Wallet* (Survei pada Pengguna *Mobile Wallet* DANA di Kota Bandung)”.

Skripsi ini disusun untuk memperoleh temuan mengenai bagaimana tanggapan responden mengenai pengaruh sosial dan motivasi hedonis terhadap minat untuk menggunakan lebih lanjut *mobile wallet* DANA.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat dijadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Bandung, Juli 2021



Deska Friliyantie

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas kehendak, Ridha, kasih sayang serta pertolongan-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kesabaran, keikhlasan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan sampailah kepada kita selaku umatnya. Aamiin.

Skripsi ini penulis dedikasikan untuk dua orang paling berharga dalam hidup penulis yaitu Ibu Dati Daniati dan Bapak Iyan Mulyana, yang telah melalui banyak perjuangan dan memberikan dukungan yang tidak bisa dinilai dengan apapun untuk penulis. Semoga yang telah penulis usahakan menjadi sebuah kebanggaan bagi Ibu dan Bapak. Selanjutnya penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada adik tercinta Diar Sulthoni Mulyana atas do'a, semangat, hiburan dan kasih sayang yang telah diberikan.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya do'a, dukungan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan dorongan serta motivasi.
4. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Hadi Senen., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta motivasi terbaik selama penulis berkuliah. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan beliau dengan pahala amalan baik, dan dipenuhi keberkahan hidup.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P., selaku Dosen Pembimbing I yang telah berjasa membimbing penulis dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan dengan penuh rasa tanggung jawab, bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di sela waktu kesibukannya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan beliau dengan pahala amalan baik, dan memberikan kelancaran dalam segala urusannya.
6. Bapak Yusuf Murtadlo Hidayat, S.Si., M.Stat., selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa membimbing penulis dengan penuh ketelitian serta kesabaran, selalu memberikan arahan dan motivasi juga mencurahkan waktu, tenaga serta pikirannya dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan beliau dan memberinya kebaikan lebih.
7. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis, yang telah berjasa membimbing, memotivasi dan memberikan bantuan pada penulis.

Deska Friliyantje, 2021

ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET

(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

8. Keluarga besar penulis yang telah memberikan do'a serta dukungannya baik secara moril maupun materiil.
9. Almh. Nenek penulis yang telah membesarkan penulis, dan tidak sempat mendampingi penulis melaksanakan wisuda.
10. Saudara-saudara tersayang, Anggitasa Pratiwi, Ratu Agnestina Permana, Dimas Nurjaya, Nizam Muhammad Itqan, Nizar Muhammad Firdaus, yang telah memberikan do'a dan menjadi *support system*.
11. Sahabat terbaik, Muhammad Rafi Nauvaldi yang telah menemani penulis selama sepuluh tahun terakhir ini, yang telah kebersamai penulis baik dalam keadaan suka maupun duka, bahkan dalam keadaan-keadaan tersulit sekalipun, terima kasih karena selalu ada dan menyayangi penulis dengan tulus.
12. Sahabat-sahabat terpeduli, Salma Nurvitasari, Rahayu Sri Lestari, Derisman Dani, Intan Haerany, Fitri Febriyanti terima kasih untuk do'a, dukungan, motivasi, canda tawa dan waktu bersamanya.
13. Sahabat-sahabat terbaik di kampus, Amelia Noviyanti, Ulfia Wahdatul Nurfuadah, Vina Listiani Fitri, Sri Rahayu Hanapiah, yang senantiasa menjadi orang-orang baik yang selalu ada dan memberikan dukungan, motivasi serta hiburannya selama masa perkuliahan.
14. Sahabat seperjuangan skripsi, Arif Nuraripin, Yulia Ratih, Gita Esa Hafitri, terima kasih atas motivasi, kesabaran, bantuan dan kerja kerasnya dalam menyusun tugas akhir perskripsian ini. Semoga kita semua dapat sukses dan lancar menjalani hari-hari kedepan.
15. Seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala kebaikan dan kebersamaan nya selama masa perkuliahan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas kebaikan yang telah semua pihak berikan dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Aamiin.

Bandung, Juli 2021



Deska Friliyantie

Deska Friliyantie, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET
(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Konsep <i>Consumer Behaviour</i>	12
2.1.2 Konsep Adopsi Teknologi	13
2.1.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT).....	14
2.1.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2).....	15
2.1.5 <i>Financial Technology (Fintech)</i>	17
2.1.5.1 Konsep <i>Financial Technology (Fintech)</i>	17
2.1.5.2 Definisi <i>Financial Technology (Fintech)</i>	17
2.1.5.3 Klasifikasi <i>Financial Technology (Fintech)</i>	18
2.1.6 <i>Mobile Wallet</i>	21
2.1.6.1 Konsep <i>Mobile Wallet</i>	21
2.1.6.2 Definisi <i>Mobile Wallet</i>	22
2.1.6.3 Fungsi <i>Mobile Wallet</i>	23
2.1.6.4 Karakteristik E-Payment (Mobile Wallet).....	23
2.1.7 Pengaruh Sosial	24
2.1.7.1 Konsep Pengaruh Sosial.....	24
2.1.7.2 Definisi Pengaruh Sosial	25

Deska Friliyantje, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET
(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.7.3 Dimensi Pengaruh Sosial	25
2.1.7.4 Pengaruh Sosial Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	26
2.1.8 Motivasi Hedonis	27
2.1.8.1 Konsep Motivasi Hedonis	27
2.1.8.2 Definisi Motivasi Hedonis	27
2.1.8.3 Dimensi Motivasi Hedonis.....	28
2.1.8.4 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	29
2.1.9 <i>Continuance Intention</i>	29
2.1.9.1 Konsep <i>Continuance Intention</i>	29
2.1.9.2 Definisi <i>Continuance Intention</i>	30
2.1.9.3 Dimensi <i>Continuance Intention</i>	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.5 Paradigma Penelitian	37
2.5 Hipotesis	37
BAB III OBJEK DAN METEDOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	39
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	45
3.2.4.1 Populasi.....	45
3.2.4.2 Sampel dan Teknik Sampling	46
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	48
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	49
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	54
3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif	56
3.2.7.2.1 Uji Asumsi Klasik	56
3.2.7.2.2 Tahapan Analisis <i>Structural Equation Model</i>	57
3.2.8 Rancangan Spesifikasi Model	60
3.2.8.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60

Deska Friliyantje, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET**

(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.8.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
3.2.9 Pengujian Hipotesis	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Identitas Perusahaan	64
4.1.1 Profil Perusahaan PT. Espay Debit Indonesia Koe	64
4.1.2 Identitas PT. Espay Debit Indonesia Koe	64
4.1.3 Visi dan Misi PT Espay Debit Indonesia Koe	65
4.1.4 Gambaran Produk PT. Espay Debit Indonesia Koe	65
4.2 Profil dan Karakteristik Responden	66
4.2.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	66
4.2.2 Profil Responden	67
4.2.2.1 Profil Jenis Kelamin Responden	67
4.2.2.2 Profil Usia Responden	68
4.2.2.3 Profil Pendidikan Responden	69
4.2.2.4 Profil Pekerjaan Responden	70
4.2.2.5 Profil Penghasilan Responden	71
4.2.3 Karakteristik Responden	72
4.2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur yang Sering digunakan	72
4.2.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan	73
4.2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	74
4.2.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan	75
4.2.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform</i> /Aplikasi Lain yang digunakan	76
4.3 Hasil Pengolahan dan Data Penelitian	77
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Sosial	78
4.3.1.1 Dimensi <i>Subjective Norm</i>	78
4.3.1.2 Dimensi <i>Social factor</i>	79
4.3.1.3 Dimensi Image	81
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Motivasi Hedonis	83
4.3.2.1 Dimensi <i>Adventure Shopping</i>	83
4.3.2.2 Dimensi <i>Gratification Shopping</i>	85
4.3.2.3 Dimensi <i>Value Shopping</i>	86
4.3.2.4 Dimensi <i>Social Shopping</i>	87
4.3.2.5 Dimensi <i>Idea Shopping</i>	89
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	91

4.3.3.1 Dimensi <i>Possibility of Repurchase</i>	91
4.3.3.2 Dimensi <i>Times of Repurchase</i>	93
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	95
4.4.1 Uji Normalitas Data	96
4.4.2 Uji <i>Outlier</i> (Nilai-Nilai Ekstrim).....	97
4.4.3 Multikolinearitas	98
4.4.4 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	98
4.4.5 Uji Kelayakan Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	99
4.4.6 Uji Hipotesis Penelitian	100
4.4.6.1 Uji Kolerasi Antar Variabel	101
4.4.6.2 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Penelitian ...	101
4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	103
4.5.1 Pembahasan Pengaruh Sosial	103
4.5.2 Pembahasan Motivasi Hedonis	104
4.5.3 Pembahasan Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	105
4.5.4 Pengaruh Sosial Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut.....	106
4.5.5 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	106
4.6 Implikasi Penelitian	107
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	107
4.6.2 Temuan Penelitian bersifat Empiris	109
4.7 Implikasi Pengaruh Sosial Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut.....	109
BAB V	112
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Rekomendasi.....	113

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Pengguna Internet 2015-2019	2
1.2	Perusahaan <i>Mobile Wallet</i> di Indonesia	4
2.1	Definisi Konstruksi Model Teori UTAUT 2	16
2.2	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Operasional Variabel	39
3.2	Jenis dan Sumber Data	44
3.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Sosial	50
3.4	Hasil Pengujian Validitas Variabel Motivasi Hedonis	50
3.5	Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut ..	51
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas	52
3.7	Skor Alternatif	54
3.8	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	55
3.9	<i>Godness of Fit Index</i>	60
4.1	Pengembalian Kuesioner	66
4.2	Profil Jenis Kelamin Responden	67
4.3	Profil Usia Responden	68
4.4	Profil Pendidikan Responden	69
4.5	Profil Pekerjaan Responden	70
4.6	Profil Penghasilan Responden	71
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Yang Digunakan	72
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan	73
4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	74
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan	75
4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform/Aplikasi</i> Yang Digunakan ...	76
4.12	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Subjective Norm</i>	78
4.13	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Social Factor</i>	79
4.14	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Image</i>	81
4.15	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Pada Dimensi Pengaruh Sosial	82
4.16	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Adventure Shopping</i>	84
4.17	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Gratification Shopping</i>	85
4.18	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Value Shopping</i>	86
4.19	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Social Shopping</i>	88
4.20	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Idea Shopping</i>	89
4.21	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Pada Dimensi Motivasi Hedonis	90
4.22	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Possibility Of Repurchase</i>	92
4.23	Tanggapan Pengguna Pada Dimensi <i>Times Of Repurchase</i>	93
4.24	Rekapitulasi Tanggapan Pengguna Pada Dimensi Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	94
4.25	Hasil Uji Normalitas Data	96

Deska Friliyantje, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET**

(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.26	Hasil Uji <i>Outlier</i>	97
4.27	Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	98
4.28	Hasil Uji Kelayakan Model	99
4.29	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	100
4.30	Hasil Uji Kolerasi Variabel.....	101
4.31	Pengaruh Langsung	102
4.32	Pengaruh Tidak Langsung	102
4.33	Total Pengaruh.....	103

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Top 10 <i>Mobile Wallet</i> Paling Sering Digunakan 2019	5
1.2	<i>Brand Funnel</i> Aplikasi Pembayaran Digital 2019.....	6
2.1	Alur Pengambilan Keputusan Konsumen	12
2.2	Model <i>Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT) (V Venkatesh et al., 2003).....	15
2.3	Model <i>Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT2) (Viswanath et al, 2012)	16
2.4	Kerangka Pemikiran Analisis Pengaruh Sosial Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut <i>Mobile Wallet</i>	36
2.5	Paradigma Penelitian Analisis Pengaruh Sosial Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut <i>Mobile Wallet</i>	37
3.1	Garis Kontinum Penelitian	55
3.2	Model Pengukuran Pengaruh Sosial.....	61
3.3	Model Pengukuran Motivasi Hedonis	61
3.4	Model Pengukuran Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut <i>Mobile Wallet</i>	62
3.5	Model Struktural Analisis Perngaruh Sosial Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut <i>Mobile Wallet</i>	62
4.1	Garis Kontinum Variabel Pengaruh Sosial.....	83
4.2	Garis Kontinum Variabel Motivasi Hedonis	91
4.3	Garis Kontinum Variabel Minat Untuk Menggunakan Lebih Lanjut	95
4.4	Model Penelitian	99

DAFTAR LAMPIRAN

1. *Curriculum Vitae*
2. SK Pembimbing Skripsi
3. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
4. Kuesioner Penelitian.....
5. Lampiran Jawaban Responden
6. Lampiran Hasil Pengujian Data.....

Deska Friliyantie, 2021

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK
MENGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET
(SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab. (2012). *Ekonomi Makro: Pengantar*. Alauddin University Press.
- Accenture. (2014). *The Future of Fintech and Banking*.
- Ajaib Sekuritas Asia. (2020). *Pertumbuhan dan Perkembangan Uang Elektronik di Indonesia*. Ajaib Sekuritas Asia. <https://ajaib.co.id/pertumbuhan-dan-perkembangan-uang-elektronik-di-indonesia/>
- Amanda, G. (2020). *Riset: Peta Pertumbuhan Dompot Digital di Masa Pandemi*. Republika.co.id. <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/qkygxt423>
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik, 14th Edition*. Jakarta: In Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2019). *Pengguna Internet 2017-2019*. <https://www.apjii.or.id/survei2018>
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas Dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2017). *Apa Itu Teknologi Finansial (Fintech)*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Benson, J. (1994). *The Rise of Consumer Society in Britain*. Logman Publishing.
- Bhattacharjee, A. (2015). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. *Decision Support Systems*. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(01\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(01)00111-7)
- BI. (2020). *Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah*. <https://www.bi.go.id/PJSPQRIS/default.aspx>
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>
- Brown., Massey, A. P., Montoya-Weiss, M. M., & Burkman, J. R. (2002). Do I really have to? User acceptance of mandated technology. *European Journal of Information Systems*, 11(4), 283–295. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000438>
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. 1–153. www.freepik.com
- C Olson, J., & J. Paul Peter. (2016). *Consumer Behaviour and Marketing Strategi, 8th, Boston: McGraw-Hill* (Terjemahan Diah Tantri Dwi Andani (ed.); 8th ed.). Erlangga.
- Chang, Y. P., & Zhu, D. H. (2012). *The role of perceived social capital and flow experience in building users' continuance intention to social networking sites in China*. 28, 995–10. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.chb.2012.01.001>
- Chen, I. Y. L. (2015). The factors influencing members' continuance intentions in professional virtual communities - A longitudinal study. *Journal of Information Science*, 33(4), 451–467. <https://doi.org/10.1177/0165551506075323>
- Chen, S. C., Jong, D., & Lai, M. T. (2014). Assessing the relationship between technology readiness and continuance intention in an e-appointment system: Relationship quality as a mediator. *Journal of Medical Systems*, 38(9). <https://doi.org/10.1007/s10916-014-0076-3>
- Cheng, Y. M. (2014). Extending the expectation-confirmation model with quality and flow to explore nurses' continued blended e-learning intention. *Information Technology and People*, 27(3), 230–258. <https://doi.org/10.1108/ITP-01-2013-0024>
- Deska Friliyantje, 2021
ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET (SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Danziger, P. . (2006). *Shopping: Why We Love It And How Retailers Can Create The Ultimate Customer Experience*. Kaplan Publishing.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Debri, L. K. (2019). *Implementasi Perpajakan Dalam Transaksi Financial Technology (Fintech) D Indonesia*. 53(9).
- Devita, D. V. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia>
- Dodds, W. B. (1991). In search of value: How price and store name information influence buyers' product perceptions. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1108/07363769110034974>
- Ernst & Young. (2017). *EY FinTech Adoption Index 2017*. <http://www.ey.com/GL/en/Industries/>
- Fabozzi, F. J. (2009). *Capital Markets, Financial Management, and Investment Management* (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Ferdinand. (2005). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Press.
- Finansialku. (2017). *Sudah Resmi! Pahami Klasifikasi Fintech Menurut Bank Indonesia*. Finansialku.com. <https://www.finansialku.com/klasifikasi-fintech-menurut-bank-indonesia/>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Strategies of Change: Active Participation. In *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research* (pp. 411–450).
- George, A. (2018). *Determinants of Behavioral Intention to Use Mobile Wallets – A Conceptual Model*. 5(5), 52–62.
- Gharaibeh, A. M. O. (2015). Determinants of Foreign Direct Investment: Empirical evidence from India. *Journal of Global Economy*, 10(1), 16–23. <https://doi.org/10.1956/jge.v10i1.312>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2006). *Multivariate Data Analysis (6th edition)*. Upper Saddle River, New Jersey: Prantice Hall, Inc.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. In *England: Pearson*. Pearson Prentice Hall.
- Hariyanto. (2021). *Fitur Aplikasi DANA, Bisa Digunakan Individu dan Pelaku UMKM*. <https://ajaib.co.id/fitur-aplikasi-dana-bisa-digunakan-individu-dan-pelaku-umkm/>
- Hermawan, A. (2006). *Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Hidayat, R. (2020). *New Trend in New Normal, Factors Influencing Continuance Intention to Use Video Conferencing*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Hidayat, Y. M., & Machmud, A. (2019). Improve islamic financial literacy and optimize the islamic economy through financial technology: INPES apps. *Strategic: Jurnal Pendidikan ...*, 19(2), 100–106.
- Hokpin, P. (2017). *Fundamentals of Risk Management 4th Edition* (4th ed.). Kogan Page.
- Hong, J. C., Lin, P. H., & Hsieh, P. C. (2016). The effect of consumer innovativeness on perceived value and continuance intention to use smartwatch. *Computers in Human Behavior*, 67, 264–272. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.001>
- Hu, J., & Zhang, Y. (2016). Understanding Chinese Undergraduates' Continuance Intention to Use Mobile Book-Reading Apps: An Integrated Model and Empirical Study. *Libri*, 66(2), 85–99. <https://doi.org/10.1515/libri-2015-0090>
- Hung, Y. W., & Hsu, S. C. (2013). Understanding the impacts of information quality, system

- quality and service quality on consumers' satisfaction and continuance intention. *Proceedings - 2013 5th International Conference on Service Science and Innovation, ICSSI 2013*, 245–246. <https://doi.org/10.1109/ICSSI.2013.57>
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018*, 2018(5), 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Ipsos. (2020). *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*.
- Ispriandina, A., Sutisna, M., & Kunci, K. (2019). *Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet di Kota Bandung*. 1046–1055.
- Kana, K., & Ariyanti, M. (2018). Factors that Affecting Continuance Intention to use E-ticketing on KRL. *E-Proceeding of Management*, 5(3), 3698–3705.
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management. Eleventh Edition*. Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. In *Pearson Edition Limited*.
- Kotler, & Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Phrenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, 13th Edition*. Erlangga.
- Lan, L. Y. (2017). *Understanding the Intention to Continue Use of a Mobile Payment Provider : An Examination of Alipay Wallet in China*. 12(4). <https://doi.org/10.6702/ijbi.2017.12.4.2>
- Larassita, N., Razati, G., & Sulastris, S. (2019). *Apakah perceived usefulness dapat meningkatkan continuance intention ?* 4(1).
- Laudon, K., & Traver, C. (2013). *E-commerce 2014. Literatur*.
- Lee, Y., & Kwon, O. (2011). *Electronic Commerce Research and Applications Intimacy , familiarity and continuance intention : An extended expectation – confirmation model in web-based services*. 10, 342–35. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.11.005>
- Lee, D. K. C., & Lou, L. (2018). *Inclusive fintech : blockchain, cryptocurrency and ICO*. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Lisnawati, L., Hurriyati, R., & Qorni, A. W. Al. (2019). Website Quality and Risk Perception as The Influence of Purchase Intention in E-Commerce Website in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(2), 90–99.
- Lynn, T. G., Mooney, J., Rosati, P., & Cummins, M. (2019). Disrupting Finance. In *Disrupting Finance*. In *Palgrave Macmillan* (Issue December 2018). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-02330-0>
- Malhotra, N. K. (2015). *ssentials of arketing Research* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Margono. (2004). Metodoologi Penelitian Pendidikan. In *Metodologi Penelitian Pendidikan*.
- Moehar, D. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. P. D. M. A. (2000). (2000). *Metode Penelitian. Penelitian*. <https://doi.org/10.1021/ol7029646>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1996). Integrating Diffusion of Innovations and Theory of

Deska Friliyantie, 2021

ANALISIS PENGARUH SOSIAL DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN LEBIH LANJUT MOBILE WALLET (SURVEI PADA PENGGUNA MOBILE WALLET DANA DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Reasoned Action models to predict utilization of information technology by end-users. In *Diffusion and Adoption of Information Technology* (pp. 132–146). https://doi.org/10.1007/978-0-387-34982-4_10
- NDRC. (2017). *Definisi Financial Technology*. National Digital Research Centre. <https://www.ndrc.ie/>
- Nizar, M. A. (2017). *Munich Personal RePEc Archive Financial Technology (Fintech): It's Concept and Implementation in Indonesia*. 98486, 16.
- OJK. (2018). *FAQ: KATEGORI UMUM*. Otoritas Jasa Keuangan. https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ_Fintech_Lending.pdf
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Overby, J. W., & Lee, E. J. (2006). The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.03.008>
- Ozen, H., & Engizek, N. (2013). Shopping online without thinking: Being emotional or rational? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(1), 78–93. <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2013-0066>
- Pathak, N. (2017). The Future of Finance The Impact of FinTech, AI, and Crypto on Financial Services. In *Palgrave Macmillan*. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-2949-1_10
- Permana, G. P., & Parasari, A. . (2019). *Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Bali*. 4(1), 90–102.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Edisi Revi). Zifatama Publishing.
- Purhantara, W. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis. In *Graha Ilmu*. <https://doi.org/10.24914/jeb.v19i3.346>
- Pusat Data Ekonomi dan Bisnis. (2019a). *Brand Funnel Aplikasi Pembayaran Digital*. Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/11>
- Pusat Data Ekonomi dan Bisnis. (2019b). *Top 10 Dompot Digital yang Paling Sering Digunakan 2019*. Pusat Data Ekonomi Dan Bisnis. <https://www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/27/>
- Putri, V. S., & Mahadian, A. B. (2021). *Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Pendukung Terhadap Minat Pemanfaatan Aplikasi E-Clinic di Kota Bandung*. 1–12.
- Ramadhan, D., & Hurriyati, R. (2019). *Analisis Perilaku Adopsi Teknologi Mobile Wallet Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology3 (UTAUT3) Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia*. 4(3).
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis. *BULETIN PSIKOLOGI*, 15.
- Rawstorne, P., Jayasuriya, R., & Caputi, P. (2000). Issues in Predicting and Explaining Usage Behaviors with the Technology Acceptance Model and the Theory of Planned Behavior when Usage is Mandatory. *Proceedings of the Twenty First International Conference on Information Systems*, 35–44.
- Ryu, H. S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management and Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Sachová, R. et. al. (2016). Security of Mobile Payments. In *Security of Mobile Communications*. <https://doi.org/10.1201/9780849379420.sec4>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). Consumer Behavior, 9th Edition. In *South-Western*

- Thomas Learning. Mason, OH.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1419.3126>
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In CV Alfabeta. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Suharsimi, A. (2010). *Metodelogi Penelitian. Pendekatan Penelitian*.
- Suharsini, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis (edisi revisi, 2010)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sukmadinata. (2006). *Pengendalian Mutu pendidikan Sekolah Menengah (Konsep, Prinsip dan Instrumen)*. Refika Aditama.
- Supriyati. (2011). *Metodologi Penelitian*. In Labkat Press.
- Téllez, J., & Zeadally, S. (2017). Mobile Payment Systems: Secure Network Architectures and Protocols. In *The Routledge Companion to Strategic Marketing*.
- Trihendradi, C. (n.d.). *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 19*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., D, K., J, L., M, W., & H.M, C. (2002). *Electronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective (Second Edition)*. New York: Prentice Hall.
- Umar, H. (2013). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. In Jakarta: Rajawali Pers 2014.
- Venkatesh, Speier, C., & Morris, M. G. (2003). User acceptance enablers in individual decision making about technology: Towards an integrated model. *Decision Sciences*, 33(2), 297–316. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2002.tb01646.x>
- Venkatesh, Thong, J. Y. L., Chan, F. K. Y., Hu, P. J. H., & Brown, S. A. (2011). Extending the two-stage information systems continuance model: Incorporating UTAUT predictors and the role of context. *Information Systems Journal*, 21(6), 527–555. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2011.00373.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. UPN Jatim, 126.
- Wang, Y., & Lo, H. P. (2002). Service quality, customer satisfaction and behavior intentions: Evidence from China's telecommunication industry. *Info*, 4(6), 50–60. <https://doi.org/10.1108/14636690210453406>
- Wijanto. (2008). *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*. Graha Ilmu.
- Yvonne, A., & Kristaung, R. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Dian Rakyat.
- Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). *The Role of Consumers ' Perceived Security , Perceived Control , Interface Design Features , and Conscientiousness in Continuous Use of Mobile Payment Services*.